

ИНСТИТУТ СМИ В СИСТЕМЕ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ

1 Сущность и функции средств массовой информации

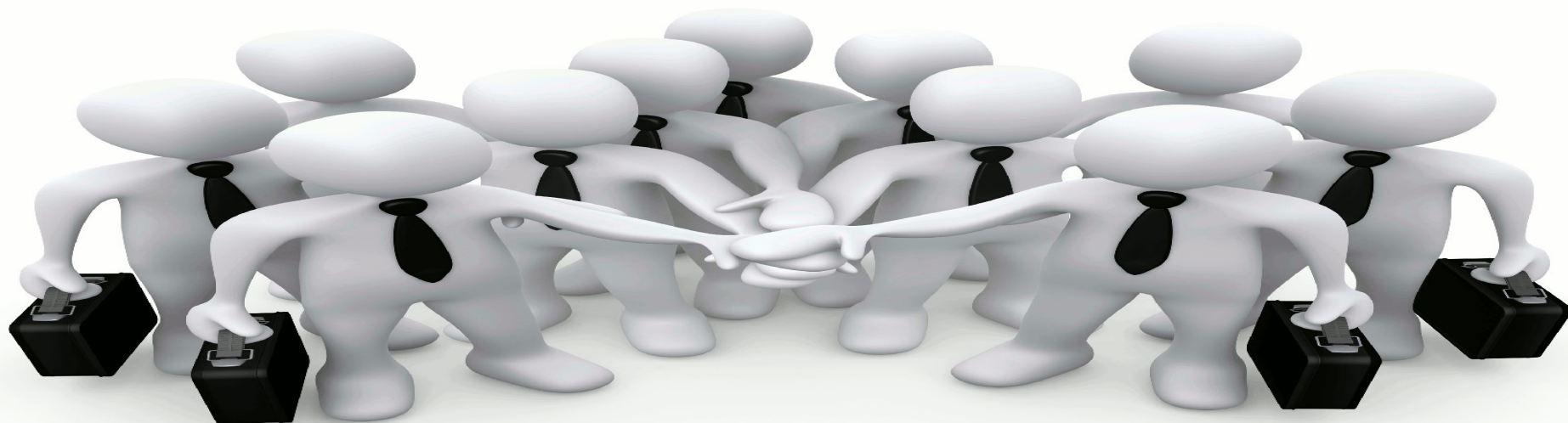
Средства массовой информации – один из важнейших институтов современного общества. Огромна роль их в формировании, функционировании и эволюции общественного сознания в целом.

Уже первые шаги телевидения на политической арене в 50-ых начале 60-ых годов вызвали среди специалистов эйфорию по поводу нового всемогущего средства массовой информации. Утверждается, что журналисты, репортеры, специалисты по рекламе и другие представители средств массовой информации заменили традиционных политиков в качестве привратников политического процесса.

Сегодня средства массовой информации характеризуют как: великий арбитр, четвертая власть наряду с законодательной, исполнительной и судебной властью.

Современную политику невозможно представить без прессы, радио и телевидения.

Средства массовой информации представляют сложный и многогранный институт, состоящий из множества органов и элементов.



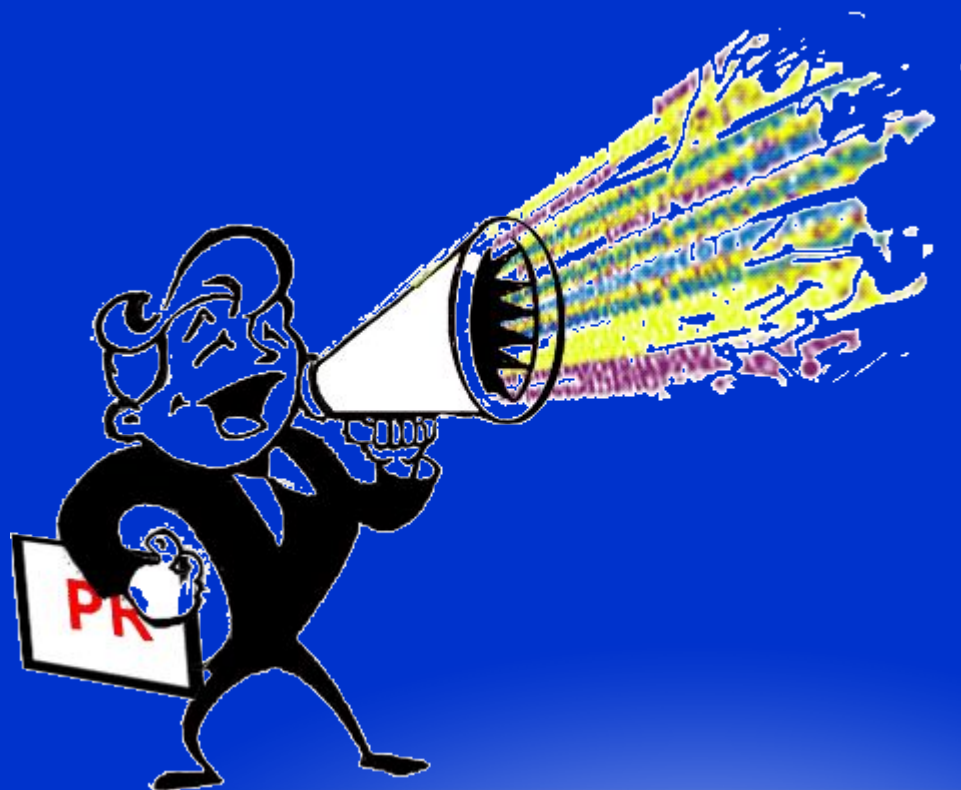
Кроме этого, следует отметить следующие отличительные черты средств массовой информации:

- публичность, то есть неограниченный и надперсональный круг потребителей;
- наличие специальных, технических приборов, аппаратуры;
- не прямое, разделенное в пространстве и во времени взаимодействие коммуникационных партнеров;
- однонаправленность взаимодействия от коммуникатора к реципиенту, невозможность перемены их ролей;
- дисперсивный характер их аудитории, которая образуется от случая к случаю в результате общего внимания, проявленного к той или иной передаче или статье.



Г. Ласуэлл – известный американский политолог и политический психолог выделил четыре основные функции средств массовой информации:

1. Наблюдение за миром (сбор и распространение информации);
2. Редактирование (отбор и комментирование информации);
3. Формирование общественного мнения;
4. Распространение культуры.



2 Формы взаимодействия средств массовой информации и органов власти

В научной литературе описаны три модели взаимодействия средств массовой информации и власти.

Первая модель.

«Средства массовой информации полностью независимы от государства. При этом они хотели бы получить от власти информации о каждом ее шаге, накапливать, обобщать и распределять информацию.

Вторая модель.

Средства массовой информации сотрудничают с государством в той степени, в какой государство дотирует их, но при этом оставляет за собой право на критическое отношение к деятельности властных структур.

Третья модель.

Средства массовой информации работают под контролем государства, проводят в жизнь его политику».

В различных политических режимах проявляется одна из этих моделей, которые имеют свои черты и особенности.

С начала двадцатого века модели взаимодействия власти и средств массовой информации в СССР и Российской Федерации изменились.

Дольше всех просуществовала модель полного контроля государства над средствами массовой информации.

Можно сказать, что пресса, радио и телевидение фактически сливались с властью, стали проводниками ее политики.

Таким образом, власть и средства массовой информации оказались как бы по одну сторону, а общество – по другую.

Иначе строятся взаимоотношения властных структур и средств массовой информации в годы перестройки и пост перестройки.

В этот период происходит смена модели полного контроля государства над средствами массовой информации в модель независимости от государства и сотрудничества с властными структурами.

В демократическом государстве средства массовой информации призваны выражать волю не собственно власти, а волю народа, гражданского общества.

Сегодня наблюдается финансовая зависимость средств массовой информации от учредителей и капитала. Основная масса средств массовой информации выдает ту информацию, которая согласовывается с государственными органами либо с учредителями.

3 Государственные программы содействия средствам массовой информации

В последние десятилетия мир переживает период перехода от «индустриального общества» к «обществу информационному». Происходит кардинальная смена способов производства, мировоззрения людей, межгосударственных отношений.

Уровень развития информационного пространства общества решающим образом влияет на экономику, обороноспособность и политику. От этого уровня в значительной степени зависят поведение людей, формирование общественно-политических движений и социальная стабильность.

Информационное пространство представляет собой всю совокупность отношений между носителями информации и ее получателями. СМИ являются основными носителями информации.



При всей своей значимости СМИ находятся в сложной ситуации.

По настоящему независимые средства массовой информации – это не реальная задача. Как правило, основной источник давления на СМИ – материальное обеспечение. Для обеспечения материальной независимости СМИ они нуждаются в государственных программах содействия их деятельности.

Цели государственных программ содействия:

1. Обеспечить необходимый плюрализм информационной продукции, информационного обмена.
2. Сделать доступным для граждан максимум оперативной информации о деятельности центральных и местных органов власти, общественно-политической, социально-экономической, духовной жизни страны, зарубежной жизни.
3. Препятствовать монополизации СМИ.

4 Нормативные и правовые основы взаимодействия органов власти и средств массовой информации

Нормативно-правовая база взаимодействия органов власти и СМИ пока не имеет цельной правовой базы. Уже давно назрела необходимость в принятии на федеральном уровне информационного кодекса.

От степени умения и желания работать с прессой нередко зависит успех деятельности различных органов власти, отдельных руководителей и политиков.

СМИ работают в новом правовом пространстве с 1991 года. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г. закрепил общие принципы свободы массовой информации, новый механизм организации и деятельности СМИ.

Конституция РФ и Закон РФ «О средствах массовой информации» устанавливают определенные разумные ограничения свободы массовой информации и, следовательно, деятельности СМИ.



Законодательная база, касающаяся деятельности СМИ и взаимодействия органов власти и СМИ не исчерпывается Законом РФ «О средствах массовой информации». По подсчетам специалистов она состоит из более чем 30 законов только на федеральном уровне. Особо следует выделить Федеральный Закон Российской Федерации «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» от 13 января 1995 года. Этот закон определяет критерий «государственности» СМИ; дает предписание по обязательной тематике ежедневного, еженедельного и ежемесячного освещения деятельности органов государственной власти; регулирует условия выступлений депутатов в региональном теле радиозэфире.

Помимо законов, правовое пространство взаимодействия органов государственной власти и СМИ, деятельности СМИ определяется также многочисленными Указами Президента РФ, постановлениями Правительства РФ и ведомственными инструкциями.

Из анализа нормативно-правовой базы следует:

1. СМИ должны способствовать формированию нового национального самосознания, содействовать выработке общенациональной идеи, созданного фундамента стабильности и согласия в российском обществе.
2. Специалисты пресс-служб органов государственной власти должны придерживаться следующих правил:
 - а) сообщения для СМИ должны соответствовать принятым нормам и стандартам, быть правдивыми, точными и понятными;
 - б) предпочтительно передавать информацию для СМИ заблаговременно с целью предоставления возможности для ее анализа и изучения;
 - в) коммуникации по взаимодействию со СМИ должны быть гибкими, легко адаптируемым к возможным изменениям, с соблюдением установленных норм, правил и этики взаимодействия.

Заключение

Таким образом, изучение процесса взаимоотношения между органами государственной власти и средствами массовой информации показало, что средства массовой информации являются одним из важнейших институтов жизни общества. Их характеризуют как великого арбитра, четвертую власть, наряду с законодательной, исполнительной и судебной властью.

Изучение функций средств массовой информации выявило, что наряду с информационной функцией, средства массовой информации выполняют: образовательную, критики и контроля, социализации, мобилизационную, формирования общественного мнения и др.

Средства массовой информации обладают чертами, присущими только этому институту политической системы общества. Среди которых можно назвать: наличие специальных, технических приборов и аппаратуры; не прямое, разделенное в пространстве и во времени взаимодействие коммуникационных партнеров; публичность и др.

Кроме того, модели и формы взаимодействия властных структур и средств массовой информации изменялись в зависимости от характера политического режима.

В настоящее время, это взаимодействие носит разнообразный характер: консенсусный, конфликтный, консенсусно-конфликтный.